

## INTISARI

PT FMI adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang filter rokok. Perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosial perusahaan dengan baik, namun belum dilakukan secara strategis, sehingga nilai yang diciptakan dari kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan belum dirasakan oleh perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengevaluasi tanggung jawab sosial perusahaan dengan pendekatan tanggung jawab sosial perusahaan strategis dan mengidentifikasi penciptaan nilai yang dapat diwujudkan oleh perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode wawancara semi-terstruktur pada beberapa narasumber di PT FMI dalam memperoleh data pandangan para informan mengenai orientasi tanggung jawab sosial perusahaan strategis, proses dan penempatan tanggung jawab sosial perusahaan, manajemen pemangku kepentingan dan penciptaan nilai. Hasil yang diperoleh dalam penelitian adalah orientasi strategis, filantropi, dan pengembangan keberlanjutan. Secara orientasi tanggung jawab sosial perusahaan strategis, perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosial perusahaan secara sukarela dan mengutamakan nilai *do the right things* sebagai bentuk timbal balik dan komunikasi kepada para pemangku kepentingan. Proses tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan sudah berjalan sesuai dengan visi misi dan nilai perusahaan, namun tantangannya adalah belum ada struktur dan kebijakan yang jelas mengenai tanggung jawab sosial perusahaan sehingga menciptakan perbedaan persepsi, serta tidak adanya penentuan prioritas pemangku kepentingan, sehingga membuat perusahaan belum dapat memaksimalkan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan memiliki peluang besar dalam penciptaan nilai dari hasil kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Peneliti menyarankan perusahaan perlu menyatukan dan memusatkan pemahaman atau persepsi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, perlu mempertimbangkan fokus pemangku kepentingan yang bertujuan untuk menentukan tanggung jawab sosial perusahaan seperti apa yang dapat diimplementasikan perusahaan, menetapkan struktur dan kebijakan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan serta melakukan evaluasi secara berkala, sehingga perusahaan dapat melakukan audit untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan. Hal tersebut dapat dilakukan perusahaan untuk membantu PT FMI dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaan yang strategis dan mewujudkan penciptaan nilai.

**Kata Kunci:** Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Strategik, Orientasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Strategik, Proses Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Strategik, Penciptaan Nilai

## **ABSTRACT**

*PT FMI is a manufacturing company that produces in cigarette filters. The company has been doing corporate social responsibility (CSR) quite well, but it has not been done strategically, so the value created from CSR activities has not been felt by the company. The purpose of this study is to analyze and evaluate the company's CSR with a strategic corporate social responsibility (SCSR) approach and identify the value creation that can be realized by the company. This study used a semi-structured interview method on several resource persons at PT FMI to obtain data on informants' views on SCSR orientation, process, and placement of corporate CSR, stakeholder management, and value creation. The results obtained in the study are strategic orientation, altruistic/philanthropy, and sustainability development. In a SCSR orientation, the company has carried out CSR voluntarily and prioritizes the value of "doing the right things" as a form of reciprocity and communication with stakeholders. The CSR process in the company has been run by the company's vision mission and values, but the challenge is that there is no clear structure and policy regarding CSR to create differences in perception, and there is no stakeholder prioritization so the company has not been able to maximize CSR. Companies have great opportunities for value creation from the results of CSR activities. Researchers suggest that companies need to unify and centralize understanding or perceptions of CSR, need to consider stakeholder focus which aims to determine what kind of CSR the company can implement, establish structures and policies regarding CSR, and conduct periodic evaluations and companies can conduct audits to improve company credibility. This can be done by the company to assist PT FMI in implementing SCSR and realizing value creation*

*Keywords: Strategic Corporate Social Responsibility, Strategic Corporate Social Responsibility Orientation, Strategic Corporate Social Responsibility Process, Value Creation*